

РОЛЬ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ В ПОЛИТИЧЕСКИХ ВИЗУАЛЬНЫХ КОММУНИКАЦИЯХ

Мустафаева Валида Абдулазим гызы

*доктор философии по истории,
преподаватель, Бакинский государственный университет,
Азербайджанская Республика, г. Баку
e-mail: mustafayevavalida@rambler.ru*

Аннотация. В статье показано, что благодаря СМИ политические коммуникации в обществе становятся более публичными. Но часто бывает сложно отделить объективные оценки по поводу тех или иных политических событий от манипулятивной информации, выполняющей корпоративный заказ. Поэтому только объективный подход, основанный на применении научных методов политической науки, способен обеспечить более глубокое исследование данной проблемы.

Ключевые слова: СМИ, политические коммуникации, научные методы исследования, визуальная и виртуальная коммуникации, объективная информация.

Коммуникации как процесс обмена между людьми значимыми для них сообщениями, играют очень важную роль в любом обществе, особенно при возникновении любой из форм коллективного или внеколлективного поведения [1, с. 284]. Автор решил остановить свое внимание на исследовании проблемы массовых политических коммуникаций, а также роли СМИ в политических процессах, которые мы можем наблюдать в жизни общества.

Понятие «политическая коммуникация» начало входить в научный оборот еще в период Первой мировой войны. Научные работы в этой области стали публиковаться только в конце 40-х – начале 50-х гг. Выделение исследований политической коммуникации в самостоятельное направление на стыке социальных и политических наук было вызвано демократизацией политических процессов в мире во второй половине XX в., возникновением и возрастанием роли новых коммуникационных систем и технологий [2, с. 94].

Процедурной частью политико-коммуникационных процессов является передача, перемещение, оборот политической информации, тех сведений, которыми в процессе конкретной политической

деятельности обмениваются (собирают, хранят, перерабатывают, распространяют и используют) индивиды, социальные группы, слои и классы. Политическая информация представляет собой совокупность знаний, сообщений о явлениях, фактах и событиях политической сферы общества. С ее помощью передается политический опыт, происходит их политическая социализация, формируются образы политического лидерства, а также представителей правящей политической элиты [2, с. 94].

На основе «теории игр» и системного подхода политической науки возникли коммуникативные концепции власти, представителями которых являлись Х. Арендт, К. Дойч, Ю. Хабермас и др. В своих работах, выдвигая теорию коммуникативной компетентности, они трактуют власть как важнейший элемент коммуникационной системы общества. В качестве типичного примера они описывают взаимодействия регулировщика и водителя. Если регулировщик способен контролировать действия водителей, а те, в свою очередь, подчиняются его указаниям, – это и есть результат обмена информацией между ними, т. е. результат коммуникационных процессов. Следовательно, главное во властных отношениях – поддержание коммуникации между субъектами и объектами власти [3, с. 128–129].

Как отмечал известный американский политолог С. Верба, политические коммуникации – это механизм, при помощи которого граждане передают информацию о своих интересах, предпочтениях и потребностях, оказывают давление на тех, кому данная информация адресована для рассмотрения и принятия соответствующих политических решений (артикуляция интересов) [4, с. 101].

Следует отметить, что политические коммуникации в обществе осуществляются тремя основными способами:

- 1) средствами массовой информации (СМИ);
- 2) внутренними линиями связи;
- 3) непосредственными контактами.

В большей или меньшей степени политическая информация содержится во всех периодических изданиях – газетах и журналах. Периодическая печать занимается политической рекламой идей политических организаций, деятелей и их призывов [5, с. 36]. Еще больший размах и оперативность придают политической информа-

ции радио, телевидение, а также Интернет – глобальная система свободной универсальной информации.

Проблема места и роли СМИ в политической жизни общества приобрела актуальность еще в начале XX в. К тому моменту сложились массовая аудитория и массовые средства передачи информации, что привело к качественному изменению форм и методов политической коммуникации. Появился новый ее вид – массовая политическая коммуникация, рассчитанная не только на элиту и просвещенную публику, но и на широкую общественность.

Можно считать, что значение исследуемой проблемы в настоящее время еще более возросло, так как в современном мире именно массовая политическая коммуникация обеспечивает трансляцию информации между политической и социальной системами, а СМИ, с помощью которых она осуществляется, безусловно, являются весомым и, что очень важно, самостоятельным политическим институтом.

Всем известно, что благодаря СМИ политические комментарии в любом обществе становятся общедоступными. Но часто бывает сложно отделить объективные оценки и профессиональные рекомендации по поводу тех или иных событий от обывательских рассуждений, а также от манипулятивной информации обозревателей, выполняющих корпоративный заказ. Только научный подход, основанный на применении научных методов политической науки, может способствовать более глубокому исследованию многих политических процессов. Именно о таком измерении роли СМИ в политических коммуникациях и идет речь в данной статье. Заметим сразу же, что изучение способов влияния СМИ на политические процессы помогает решению не только теоретических задач, но и оптимизации их в практической деятельности.

Сталкиваясь со сложными политическими проблемами, далеко не каждый в состоянии самостоятельно выработать суждение о возможных путях развития ситуации и адекватно оценить последствия своего выбора, даже если обладает достаточно сильной внутренней мотивацией.

В современных условиях ведущую роль среди СМИ играет телевидение. С его помощью информация превращается в визу-

альную коммуникацию, взаимный обмен, общение с аудиторией, механизм обратной связи, т. е. реакцию публики на увиденное и услышанное [6, с. 308].

Очень часто ослабление правительственного контроля над СМИ является толчком для новых политических процессов. Хорошо известна история о том, как Лех Валенса, когда его спросили, что было причиной демократической революции в Польше, показал на телевизор и произнес: «Он». Таким образом, информация в СМИ о провалах политического курса коммунистических правительств в странах Восточной Европы и рассказы о западном образе жизни подрывали легитимность действующих режимов [7, с. 143]. Политическая борьба, окончательно покинув реальный мир, переместилась на экраны телевизоров, став чем-то вроде заранее отрежиссированного подставного реалити-шоу, не имеющего ничего общего с настоящей борьбой. Так, например, еще до распада Советского Союза все политические процессы были связаны непосредственным образом с аудиовизуальными СМИ. Приход к власти М. Горбачева восторженно приветствовался всеми западными СМИ и до сих пор он остается для журналистов, берущих у него многочисленные интервью, не «человеком, развалившим СССР, а человеком, принесшим миру так называемую свободу». Не переставая произносить речи, потрясать страну реформаторскими «идеями» (от «сухого закона» до перестройки), совершая массу визитов в западные страны, М. Горбачев уже тогда был обречен на превращение его в телезвезду [8, с. 56–57]. Митинги и демонстрации очень часто символизируют неудовлетворенность имеющейся визуальной, а также виртуальной информационной системами, что иногда позволяет интенсивно вводить новую информацию, легитимизировать ее, делая публичной. Все это выступает в роли своеобразной «ловушки сознания», когда так называемые революция роз, оранжевая революция, арабская весна и т. д. в реальности представляют собой обыкновенные государственные перевороты и смену существующих политических режимов.

Политические коммуникации нацелены на персонализацию проблем, часто выстраивая так называемые президентские состязания. Однако вряд ли массовые политические коммуникации не-

пременно поднимают новую волну харизматических лидеров [9, с. 17]. Многие исследования, посвященные харизме политических лидеров, выделяют их ораторские способности, но чаще всего большее внимание уделяется способностям создавать верный образ на телевидении. Все это, конечно, построено на визуализации, хотя и не связано напрямую с их физической привлекательностью. Так, например, телевизионный образ «президента-спортсмена» делает его более притягательным и привлекательным в глазах многих слоев населения. Здесь харизма чаще всего выступает мужской формой символизма и ассоциируется с действием, прагматизмом, иногда с кризисом или даже войной. На первый взгляд все это выглядит парадоксально. Казалось бы, власть призвана решать те проблемы, которые волнуют население и к которым привлекают внимание СМИ. На самом деле, как мы видим, зависимость здесь не столько линейная, сколько «круговая», т. е. между журналистами и политическими деятелями складывается своеобразный симбиоз, причем каждая сторона преследует свои собственные цели: «журналисты получают информацию в обмен на публичный статус, который они предлагают своим источникам (новостей)» [10, с. 115]. В настоящее время политический процесс, приобретая все атрибуты шоу, стал более публичным и зависящим от симпатий той или иной аудитории. Большинство исследователей политических коммуникаций чаще всего опираются на классификацию Макса Вебера – традиционное, харизматическое и рационально-правовое лидерство, но харизматическое лидерство вызывает все же больший интерес. Сложные события часто настраивают людей на поиск утешения в вере в сильного харизматического лидера, способного контролировать политические силы и движения, а также гарантировать спасение той или иной страны. Так, например, Гейдар Алиев даже после смерти в памяти азербайджанского народа остается общенациональным лидером и спасителем своего Отечества (15 июня 1993 г. – День национального спасения Азербайджанской Республики). Он сделал главное – остановил войну и вывел страну из глубочайшего кризиса.

Массовая политическая коммуникация играет ключевую роль в процессах, связанных с формированием гражданского общества

и становлением демократии. Именно поэтому общественное мнение зачастую возлагает на СМИ основную ответственность как за политическую незрелость и непредсказуемость отечественного электората, так и за его неспособность осознавать и отстаивать национальные интересы. Во внутривнутриполитических и внешнеполитических процессах большую роль играют такие средства массовой коммуникации, как слухи, клевета, дезинформация, достоверность которых, к сожалению, не может быть сразу установлена. При этом они наделяют ту или иную политическую ситуацию определенным смыслом и тем самым подготавливают дальнейшие политические действия. Такому появлению искаженных фактов, с одной стороны, может способствовать информационный вакуум, а с другой стороны, средства массовой информации, которые публикуют недостаточно проверенные сведения и сами же непосредственно являются их источником. Нередко журналисты используют свой профессиональный статус в корыстных целях. Именно поэтому хотелось бы отметить важность распоряжения президента Азербайджанской Республики Ильхама Алиева о необходимости проведения регулярного мониторинга сообщений в средствах массовой информации и информационных интернет-ресурсах (сентябрь 2014 г.). Согласно этому распоряжению Совету печати Азербайджана рекомендуется чаще организовывать пропагандистско-разъяснительную работу среди представителей СМИ и населения в целях предотвращения распространения сведений, противоречащих национальным интересам нашей республики [11, с. 1]. Следует обратить внимание на то, что любое игнорирование искаженной информации в СМИ способно, возвращаясь, подобно бумерангу, в самый непредвиденный момент, создавать еще большие проблемы как для современных, так и для будущих политических процессов.

Поэтому желательно, чтобы власть и общественность придавали большее значение следующим важным моментам: пресса и аудиовизуальные средства массовой коммуникации, электронные СМИ должны прямо или косвенно контролироваться не только государственными органами, но и самой общественностью; представители СМИ не должны использовать в личных интересах заведомо ложную, а также конфиденциальную информацию, которой

они могут обладать только в силу своей профессии; и, наконец, необходимо ускорить принятие закона «О диффамации», который повысит ответственность представителей СМИ за предоставление ложной, искаженной информации, но в то же время появится дополнительная возможность творческой самореализации профессиональных журналистов.

Литература

1. Социальная психология. Краткий очерк / под ред. Г.П. Предвечного и Ю.А. Шерковина. – М.: Политическая литература, 1975. – 319 с.
2. Шарков Ф.И. Политический консалтинг: (специализация курса «Консалтинг в связях с общественностью»): учеб. пособие для вузов / Ф.И. Шарков. – М.: Дашков и К, 2004. – 458 с.
3. Политология: учебник / под ред. В.А. Ачкасова, В.А. Гуторова. – М.: Юрайт, 2010. – 691 с.
4. Миронюк М.Г. Человеческое измерение федерализма (Федералистские теории и тенденции развития федеративных отношений в России) / М.Г. Миронюк // Полис (Политические исследования). – 2003. – № 3. – С. 98–108.
5. Кривогуз И.М. Политология: учебник для вузов / И.М. Кривогуз. – М.: ВЛАДОС, 2003. – 288 с.
6. Ирхин Ю.В. Политология: учебник для вузов / Ю.В. Ирхин, В.Д. Зотов, Л.В. Зотова. – М.: Юристъ, 2002. – 511 с.
7. Алмонд Г. Сравнительная политология сегодня / Г. Алмонд, Дж. Пауэлл, К. Стромм и др. / сокр. пер. с англ. А.С. Богдановского, Л.А. Галкиной; под ред. М.В. Ильина, А.Ю. Мельвиля. – М.: Аспект Пресс, 2002. – 537 с.
8. Сумленный С.С. Политический процесс – телешоу, политики – телезвезды / С.С. Сумленный // Политическая наука. – 2004. – № 1. – С. 50–63.
9. Итвел Р. Возрождение харизмы? Теория и проблемы операционализации понятий / Р. Итвел // Социологические исследования (СОЦИС). – 2003. – № 3 (227). – 19 с.
10. Дьякова Е.Г. Массовая политическая коммуникация в теории установления повестки дня: от эффекта к процессу / Е.Г. Дьякова // Полис (Политические исследования). – 2003. – № 3. – С. 109–119.
11. Распоряжение Президента Азербайджанской Республики «О некоторых мерах безопасности на линии соприкосновения Вооруженных сил Азербайджанской Республики с Вооруженными силами Республики Армения» // Бакинский рабочий. – 25.09.2014. – № 175 (27381). – 8 с.